



Nombre de alumnos:

Juventino Alejandro Vicente Macario

Nombre del profesor:

Jezabel Ivonne Silvestre Montejo

**Nombre del trabajo: Cuadro
sinomptico de las unidades 3 y 4**

Materia:

Direccion y liderazgo

Grado: 7° cuatrimestre Lic. Derecho

Grupo: "C"

Unidad III
El pensamiento
De liderazgo.

3.1.- TIPOS
DE
LIDERAZGO

- LIDERAZGO
NATURAL.

Son personas que ejercen un tipo de liderazgo muy apreciado por el grupo y más que aceptado, tanto es así, que nadie lo cuestiona, sino que se toman sus recomendaciones y guías como algo que hay que cumplir.

- Liderazgo
transformacional – el más
completo.

Los líderes que actúan bajo este esquema son los llamados auténticos líderes, su objetivo y sus premisas son transformar, innovar y motivar al equipo, y de ahí, crecer.

- Liderazgo
burocrático

El objetivo de este líder, es cumplir a rajatabla las normas de la empresa por encima de lo que es más conveniente para el grupo o lo que cada uno necesita para poder llegar a los objetivos marcados.

- Liderazgo “de
la curva”

Son líderes muy bien cualificados y que trabajan por el éxito del equipo basados en construir en positivo todo lo que puede afectar al grupo, al trabajo y al desarrollo de las labores.

- El liderazgo
empresarial.

Busca desarrollar el máximo potencial en empresa y trabajadores, las empresas ya no solo necesitan jefes sino también líderes.

¿Cuáles son
sus
características?

Buena capacidad de comunicación, buena capacidad de motivación del equipo, carisma, entusiasmo, capacidad de resolución, organización y capacidad para gestionar los recursos, visión de futuro, capacidad de negociación, creatividad, disciplina, escucha activa, honestidad, estrategia, capacidad para tomar decisiones y buena imagen.

3.1 Tipos de liderazgo.

- El líder autocrático.

Considera que es él el único competente y capaz de tomar las principales decisiones en la empresa, y que los trabajadores son capaces de guiarse por sí mismos, por lo que hay que saber gobernarlos y controlarlos, debiendo ellos obediencia a sus órdenes y decisiones.

¿Cuáles son sus características?

- Seguro, responsable, capacidad de liderazgo, capacidad de expresar sus ideas de forma directa, altos conocimientos del sector en el que se encuentra, experiencia dentro de la empresa, capacidad de respuesta ante las necesidades del momento sin dudar.

- El liderazgo democrático.

El líder fomenta la comunicación y la participación conjunta en las decisiones, anima y agradece las sugerencias de los trabajadores, las decisiones son compartidas entre los altos mandos y los trabajadores sin que la palabra de unos valga más que la de otros.

Ofrece diversas soluciones y deja elegir a sus empleados entre ellas.
Fomenta la participación y consulta a sus trabajadores.
Busca soluciones compartidas.
Orienta a sus empleados, pero no les ordena.
Agradece las sugerencias y opiniones de otros.
Ofrece ayuda y orientación a quien lo necesita.

- El liderazgo laissez faire.

Éste es un líder liberal que hace y deja hacer, tiene un papel totalmente pasivo, ya que los trabajadores o el grupo son los que tienen el poder.

Los líderes prefieren las normas claras
Los líderes no tienen el papel protagonista, más bien su papel es pasivo
Los líderes son neutros en sus opiniones
El líder influye muy poco en los logros y objetivos de la empresa
El líder no tiene un papel importante en el clima laboral
No se juzgan las aportaciones y sugerencias de empleados, ya que tienen poder de decisión
Los trabajadores tienen libertad total para sus funciones
Si falta el líder la empresa puede seguir funcionando perfectamente.

- El líder paternalista.

Tiene confianza en sus empleados. Su labor es que los trabajadores ofrezcan mejores resultados, que trabajen mejor y más, por lo que los motiva, incentiva y les ofrece recompensas por lograr objetivos.

Principales características.

Considera que sus empleados son como sus hijos y hay que orientarlos
No delega responsabilidades
Puede ser amable, atento y servicial
Cree que solo él tiene la razón y es muy desconfiado
Considera a las demás personas limitadas
Solo deja que sus empleados tomen decisiones en cosas de poca importancia.

3.1

Tipos de liderazgo.

- El liderazgo carismático.

Es aquel que tiene la capacidad de generar entusiasmo en los trabajadores, son visionarios e inspiradores, tienden a hacer buen uso de la comunicación no verbal y estimular a los trabajadores.

Un gran problema es que sus errores se perdonan y sus logros se mitifican no permitiendo ser objetivo en torno a los resultados que ofrece o a sus capacidades. Les cuesta más llevar relación con personas con la motivación para el logro elevada.

- El liderazgo lateral.

Es aquel que se basa en la capacidad para influir en personas de un mismo nivel para conseguir objetivos comunes.

¿En qué consiste?

Consiste en un conjunto de destrezas y habilidades que permiten conseguir que otras personas hagan lo que el líder quiere, que es lo que la empresa necesita, obteniendo así un mayor rendimiento en el trabajo y eficiencia en los grupos sin necesidad que actúen los altos mandos para ello.

- El liderazgo situacional.

Hersey-Blanchard propone que el que se encargue de dirigir el grupo cambie su forma de interactuar y abordar tareas según las condiciones de sus colaboradores mejorando el rendimiento del grupo en relación a su diagnóstico.

Los dos principales tipos de comportamiento son el de apoyo y el directivo. El directivo es el que se centra en desarrollar las tareas, ya que el líder define las tareas y funciones y señala qué cuándo y cómo han de ser realizadas, a la vez que controla sus resultados. El de apoyo se centra en el desarrollo del grupo, fomentando la cohesión y participación, motivando y apoyando a los integrantes del grupo

3.2
pensamiento
Sistemático y
Liderazgo.

¿Qué es el pensamiento sistemático?

Es la actitud del ser humano, que se basa en la percepción del mundo real en términos de totalidades para su análisis, comprensión y accionar, a diferencia del planteamiento del método científico, que sólo percibe partes de éste y de manera inconexa.

¿En que se caracteriza?

Se caracteriza en decir que el todo puede ser más, menos o igual que la suma de las partes, es una filosofía basada en los sistemas modernos buscando llegar a objetivos tácticos y no puntuales.

Metodología.

La visión Global.
Balance del corto y largo plazo.
Reconocimiento de los sistemas dinámicos complejos e interdependientes.
Reconocimiento de los elementos medibles y no medibles.

Beneficios

Permite la comprensión, simulación y manejo de sistemas complejos, como los que existen en cualquier empresa., negocio o área de trabajo, al utilizar esta herramienta se simplifica el entendimiento de los procesos internos y su efecto en el ambiente exterior, así como la interacción entre de las partes que integran el sistema global.

La metodología del Pensamiento Sistémico ayudará a la optimización de los procesos, la obtención de metas y a la obtención de una planeación estructurada para anticiparse al entorno donde se encuentra.

¿Cuál es la estrategia?

Las medidas más productivas pueden ser las que más consuman nuestros recursos, cuanto más luchamos por lo que deseamos, más conspiramos contra las posibilidades de conseguirlo.

Como idioma universal.

El pensamiento sistémico es una herramienta para resolver problemas. Sin embargo, consideramos que es más potente como lenguaje, pues expande nuestro modo de abordar los problemas complejos.

¿Qué es negociación?

Negociar es un proceso muy parecido a vender, aunque con algunas diferencias, vender es persuadir, convencer al posible cliente para que piense y actúe como el vendedor quiere que este actúe y, siempre, en beneficio de ambas partes.

Partes de una negociación.

La preparación.

En esta fase de preparación ya se debe tener el objetivo en claro, qué tipos de descuentos pueden ofrecerse y hasta dónde es posible ceder; es muy importante tratar de descubrir los objetivos del contrario.

La discusión.

Las personas negocian porque tienen o creen tener un conflicto de derechos o intereses. Es muy parecida a la etapa de determinación de necesidades que se practica en la venta.

Las señales.

Es un mensaje que ha de ser interpretado por el que lo recibe; frecuentemente las afirmaciones que se hacen en las primeras fases de la negociación son de naturaleza absoluta.

Ejemplo:

«no concederemos nunca el descuento que nos pide», «es absolutamente imposible aceptar esa forma de pago», «no podemos considerar esa propuesta».

Las propuestas.

Las propuestas son aquello sobre lo que se negocia, no se negocian las discusiones, aunque las propuestas puedan ser objeto de discusión.

El intercambio.

Esta fase es la más intensa de todo el proceso de negociación y exige una gran atención por ambas partes, ya que en ella se trata de obtener algo a cambio de renunciar a otra cosa.

3.3 técnicas de negociación

El cierre y el acuerdo.

La finalidad del cierre es llegar a un acuerdo, al igual debe hacerse en forma segura y con firmeza.

¿Cuáles son los dos tipos de cierre?

1.-Cierre por concesión. Es la forma más frecuente en las negociaciones; equivale a terminar la fase de intercambio ofreciendo una concesión para conseguir un acuerdo.

2.-Cierre con resumen. Al terminar la fase de intercambio se hace un resumen de todos los acuerdos alcanzados hasta el momento, destacando las concesiones que hemos hecho por nuestra parte y subrayando lo ventajoso de llegar a un acuerdo sobre los puntos pendientes.

Negociación del precio.

Es la objeción típica, los clientes suelen decir: es muy caro..., cuando en realidad deberían decir: no veo el valor... o «es un precio muy elevado.

Hay razones tácticas cuando el cliente ataca el precio por principio o persiguiendo otros objetivos. La tarea del vendedor consistirá en averiguar si la razón, aparentemente objetiva, que el comprador dará es verídica o si solo es una tapadera.

Estrategias para las objeciones del precio.

Al hablar de precio no se debe decir precio barato ni precio caro, en su lugar se debe decir precio bajo o, mejor aún, precio adecuado y precio elevado. El servicio al cliente, la calidad y la marca, como hemos visto, son las armas más eficaces de todo el arsenal del vendedor.

¿Cómo presentar el precio?

El precio conviene presentarlo entre dos benéficos

Alguna de las técnicas son: 1.- Presentar uno o varios beneficios del producto.
2.-Dar el precio sin vacilación.
3.-Presentar la utilidad que esos beneficios tienen para el cliente.

¿Como vender un producto de precio elevado?

Resaltando la calidad del producto, el servicio y la marca, despertando en el cliente la conciencia de calidad, presentando ventajas y beneficios del producto, buscando la utilidad para el cliente, hasta que este vea que lo que paga es menor de lo que recibe.

Unidad IV
Las relaciones
y
El liderazgo

¿Que son las relaciones diádicas?

Diádica es la relación que surge entre un líder y un seguidor, se refiere a la relación entre el líder y cada uno de los seguidores en un departamento o unidad de trabajo. Relación diádica: establece las diferentes conductas que mantiene el líder con cada integrante del equipo.

¿Qué es el liderazgo transcultural?

La cultura y el liderazgo son dos conceptos importantes para la Psicología Social, ya que la cultura e| está constituida por un conjunto de creencias, actitudes, valores y prácticas compartidas por un grupo de individuos que tienen una historia común y participan de una estructura social.

¿Cuál es la influencia de la cultura sobre el liderazgo?

El liderazgo es un fenómeno universal donde reconocen que los valores, creencias, normas e ideales propios de una determinada cultura afectan a las conductas del líder, a sus metas, a las estrategias de las organizaciones y también a la percepción que los seguidores de dichos líderes tienen acerca de ellos.

Cultura nacional y liderazgo.

Los habitantes de una determinada nación comparten una misma cultura es cuestionable porque dentro de una misma nación pueden existir grupos sociales, étnicos o religiosos con subculturas diferentes. Hofstede considera la nación como unidad de análisis en su investigación transcultural.

El liderazgo que cambia culturas.

Un líder puede también cambiar la cultura existente en una organización. Sin embargo, hacer esto es difícil puesto que la cultura se basa en la existencia de una serie de valores, normas y prácticas compartidas que se han ido construyendo a lo largo del tiempo.